



Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

Tel: +34 91 348 86 11 / 12

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandro.martin@audi.es

<http://prensa.audi.es>

Audi Virtual Training: nuevo concepto de formación en el concesionario digital

- **Consulta y diálogo con el cliente en un concepto de "mundo abierto" simulado de forma realista**
- **Uso flexible y disponibilidad en el concesionario y en la carretera**
- **Martin Sander, Director de Ventas de Audi Alemania: “La formación debe ser divertida”**

Madrid, 16 de agosto de 2018 –Adquirir experiencia de la forma más divertida: gracias al Audi Virtual Training, los empleados de servicios y de los concesionarios practican de una forma muy especial. Durante sesiones de formación de dos horas se enfrentan en el concesionario virtual a los clientes más exigentes, y han de resolver las situaciones más complejas. Audi es pionera en la industria del automóvil cuando se trata de formación virtual. Alrededor de 570 empresas asociadas en Alemania ya hacen uso de este programa de capacitación.

En el juego de ordenador, el empleado mueve libremente su avatar a través del mundo 3D. En el Audi terminal virtual, se encuentra con muchos personajes diferentes. Ya sea en diálogo con los clientes, con los propios compañeros o con su supervisor, el objetivo es mejorar aún más su propia comunicación y, a la vez, atreverse a probar caminos completamente nuevos. El empleado puede comprobar el éxito o el fracaso de cada acción inmediatamente después de completarla, utilizando un barómetro que refleja el estado de ánimo del cliente, y acumulando puntos si esa comunicación resulta exitosa. A través de una clasificación, los participantes en este programa de formación comparan sus resultados con otros compañeros.

En la formación virtual, Audi enfatiza la curiosidad y la responsabilidad individual de los empleados en el concesionario. “El aprendizaje debe ser divertido. Solo bajo esta condición, las habilidades aprendidas se recuerdan durante mucho tiempo”, explica Martin Sander, Vicepresidente de ventas de Audi en Alemania. En el juego, los empleados eligen los temas y pueden probar versiones completamente diferentes de sus respuestas. “Aquí, los errores son explícitamente deseados. Así es como se desarrollan nuevas estrategias, y esto hace que el proceso de aprendizaje cobre vida”. La marca de los cuatro aros diseñó la formación virtual en estrecha cooperación con los distribuidores e incluyó los comentarios de los clientes. De esta forma, los participantes aprenden en una situación realista. La formación es flexible y está



disponible en cualquier momento; se puede completar el curso en una tablet, un PC o a través de un smartphone.

Audi desarrolló este programa de formación con expertos de la industria de los videojuegos. En 2017, la marca de los cuatro aros ya introdujo los primeros cuatro módulos de formación en sus concesionarios: "Customer Journey", "Premium / Prestige", "Service Experience" y "Customer Encounter in Sales and Service". Recientemente se ha añadido un módulo dedicado a la gestión de comentarios en este innovador concepto de formación. La compañía expande continuamente el programa y lo combina de forma selectiva con la formación en el aula, para obtener un enfoque moderno de "aprendizaje combinado".

-Fin-

Información y fotos en las websites de prensa de Audi <http://prensa.audi.es> o en <https://www.audi-mediacyenter.com>

El grupo Audi, con sus marcas Audi, Ducati y Lamborghini, es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento *Premium*. Está presente en más de 100 mercados en todo el mundo y produce en 16 plantas distribuidas en doce países. Entre las filiales cien por cien subsidiarias de AUDI AG se incluyen Audi Sport GmbH (Neckarsulm), Automobili Lamborghini S.p.A. (Sant'Agata Bolognese, Italia) y Ducati Motor Holding S.p.A. (Bologna, Italia).

En 2017, el grupo Audi entregó a sus clientes cerca de 1,878 millones de automóviles de la marca Audi, así como 3.815 deportivos de la marca Lamborghini y 55.900 motocicletas de la marca Ducati. En el ejercicio 2017, con un volumen de ventas de 60.100 millones de euros, el grupo Audi alcanzó un resultado operativo de 5.100 millones de euros. La compañía emplea en la actualidad, a nivel mundial, a 90.000 trabajadores aproximadamente, de los cuales más de 60.000, en Alemania. Audi se centra en nuevos productos y tecnologías sostenibles para el futuro de la movilidad.